

ANALISIS PENGARUH FAKTOR GAYA HIDUP KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN BUSANA (Studi pada Iwan Factory Outlet Plaza Dieng Malang)

Oleh: SUCIATI (99610048)

Management

Dibuat: 2006-06-08 , dengan 3 file(s).

Keywords: Faktor Gaya Hidup Konsumen, Pembelian Busana

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah faktor gaya hidup konsumen yang diekspresikan melalui aktivitas, minat, dan pendapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian busana dan untuk mengetahui variabel gaya hidup manakah yang paling dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian busana .

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier ganda, kemudian untuk pengujian hipotesis menggunakan uji F, uji t dan uji SE. Sedangkan untuk mempercepat dan mendapatkan tingkat akurasi perhitungan yang maksimal maka digunakan alat bantu program komputer SPSS. Gaya hidup konsumen factory outlet dilihat melalui variabel aktivitas, minat, dan pendapat dengan indikator hobi, hiburan, olah raga, keluarga, mode, media informasi, diri sendiri, produk dan masa depan.

Data data yang didapat diketahui karakteristik responden dilihat dari segi usia adalah sebesar 55 (57%) responden berusia antara 19 – 23 tahun, menurut jenis pekerjaan 58 (60,4%) responden adalah mahasiswa, kemudian pendapatan/uang saku perbulan responden mayoritas antara Rp. 500.000,00 – Rp.1000.000,00, kemudian 100% responden belum menikah.

Dari hasil analisis regresi ganda, diperoleh nilai R sebesar 65,2% yang berarti bahwa keputusan pembelian busana di factory outlet dipengaruhi oleh faktor gaya hidup sebesar 65,2%. Kemudian dari hasil uji F diketahui $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($57,331 > 2,704$) yang artinya secara bersama-sama variabel aktivitas, minat, dan pendapat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di factory outlet. Dan dari hasil uji t, diketahui dari masing-masing variabel mempunyai hubungan signifikan terhadap keputusan pembelian yang ditunjukkan dari nilai thitung masing-masing variabel yang lebih besar dari ttabel, yaitu untuk variabel aktivitas thitung sebesar 2,201 untuk variabel minat diperoleh nilai thitung sebesar 4,062 dan untuk variabel pendapat diperoleh nilai thitung sebesar 3,014 dengan nilai ttabel sebesar 1,986.

Dari hasil uji SE menunjukkan bahwa variabel minat adalah variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian busana, hal ini ditunjukkan dengan hasil nilai SE yang diperoleh variabel minat adalah nilai SE tertinggi dibanding nilai SE variabel aktivitas dan nilai SE variabel pendapat, yaitu untuk nilai SE variabel minat sebesar 34,72%, nilai SE variabel pendapat sebesar 15,67% dan nilai SE variabel aktivitas sebesar 14,18%.